

Svårt stoppa falsk bilreklam

Även om bilar per definition skadar miljön säljs de allt oftare med miljöargument och i helgen arrangeras en hel mäs­sa för ”miljöbästa” bilar. Den reklam­lagstiftning som finns är för tandlös, menar Gröna bilister. I Belgien hotas Saab av stämning för sin senaste kampanj.

Gröna fjärilar och slogans som ”Sveriges miljösnällaste småbil” och ”den snålaste miljö­kämpe­n” fyller annonsbilagan inför helgens bilmässa i Sollentuna utanför Stockholm. Hade biltillverkarna däremot använt ord som grön eller miljö­vänlig skulle de med stor sannolikhet få böter om någon stämde dem i Marknadsdomstolen. Men biltillverkarna har alltså blivit skickliga på hur man kringgår den lagstiftning som förbjuder vilseledande bilreklam.

– De har lärt sig att använda mer subtila medel i sin reklam, men om en annons ger intryck av att en bil är miljö­vänlig så vidtar vi åtgärder, säger Henrik Hoffmeister som är jurist på Konsumentverket.

1991 fälldes till exempel General Motors för att ha kallat en bil miljö­vänlig och 2004 stoppades Fords ”Bästa utsläppen någonsin” där ett träd säger ”Den första bilen som jag velat krama”.

– Bilen är i sig skadlig för miljön, så även om ett märke är bättre än konkurrenterna så räcker inte det för att få kalla sig miljö­vänlig, säger Henrik Hoffmeister Förutom orden miljö­vänlig och grön är även miljö­säker, skonsam mot miljön, naturens vän och ozon­vänlig förbjudna i bilreklam. Att uttrycket miljö­bilar är tillåtet tycker Henrik Hoffmeister är inkonsekvent. I Norge är det förbjudet att skriva miljö­bil i reklam.

– Men nu har det blivit ett accepterat skattetekniskt uttryck här i Sverige och det får man acceptera.

Och det är tur för bilindustrin. Frågan är bara hur många gröna blad och fjärilar som krävs för att helhetsintrycket ska bli att bilen är miljö­vänlig. I Saabs kampanj ”Naturlig drift” poserar en gigantisk fjäril bredvid bilen. Ett klick leder vidare till den pedagogiska filmen ”Ett rent samvete!”. Två jordklot, på det ena kör en vanlig bil och där hopas koldioxidutsläppen. Men på det andra kör en av Saabs biopowerbilar och där växer det upp träd som tar hand om all koldioxid.

– Det här håller inte, utsläppen är långt ifrån noll, säger Mattias Goldmann från Gröna Bilister när han får se filmen.

Enligt siffror från Vägverket kan man drygt halvera sina koldioxidutsläpp genom att köra etanolbil. Fortfarande släpps alltså mycket ut, dels eftersom 15 procent bensin blandas med etanolen och dels eftersom etanolproduktionen i sig orsakar utsläpp.

– Det här är för långt från sanningen, vi skulle kunna anmäla den till Konsumentombudsmannen, säger Mattias Goldmann.

Men han tror inte att de kan stoppa filmen.

– Det är ändå långt ifrån de värsta övertrampen. Vi har anmält många gånger men det som händer är för det mesta att KO säger att ”det här får ni inte upprepa i nästa kampanj”, och så lovar företaget det.

Risken att bli fälld är liten och böterna är låga.

Gröna Bilister har dock själva anammat den gröna marknadsföringen. I bilagan inför helgens bilmässa, som man är med och arrangerar, hävdar organisationen att etanolbilar gynnar miljön och använder flitigt uttrycket miljöbästa bilar.

Kan verkligen bilister vara gröna? Bidrar inte Gröna Bilister till bilens miljöimage?

– Nej, vi bidrar till att skilja agnarna från vetet. Vi tycker att det är jätteroligt att man kan sälja bilar från miljöargument men det måste ligga något bakom dem, menar Mattias Goldmann.

Men i Belgien sätter myndigheterna hårt mot hårt. I november stoppade de Saabs förra kampanj, som hävdade att Saab Biopower ”slutligen har gjort vägarna gröna”. Nu har belgiska Jordens Vänner anmält även Saabs pågående reklam, med fjärilen och jordkloten. Om företaget inte tar bort ett antal formuleringar före den 18 januari så kommer Jordens Vänner att dra ärendet till domstol.

Svenska Saabs presschef Christer Nilsson känner inte till anmälan men har förståelse för att kampanjen ”väcker nyfikenhet och frågor”.

Stämmer det att ni har fått ner koldioxidutsläppen till noll?

– Nej, etanol medför ju fortfarande utsläpp. Hur stora de blir beror på hur etanolen produceras och det är ju egentligen inte vårt ansvar.

Men hur kan ni i så fall använda det i er marknadsföring?

– Det kan jag inte svara på men den här annonsen bygger möjligtvis på en teoretisk tanke.

Fakta / Mörk framtid för etanolen

I Sverige läggs projekt för etanoltillverkning ned eller i malpåse, rapporterar Ekot. Skälet är stigande priser på de spannmål som används för produktionen samt nya signaler från EU.

Om en vecka väntas EU:s stora paket om koldioxidbegränsningar presenteras. Men som tidigare aviserats kommer EU tona ned förespråkandet av biobränsle som ett sätt att minska utsläppen.

– Vi har blivit varse att de miljöproblem och sociala problem som biobränslen har orsakat är större än vi hade trott. Därför måste vi gå försiktigt fram, sade Dimas i en intervju med brittiska BBC.

Att göra drivmedel av livsmedel, som i fallet med etanol, leder till katastrof, hävdade FN och en rad tunga forskare nyligen.